创业人生| 吕伟立
打造健康时尚茶饮--日出茶太

名人有约| 梦想的推动力
易桀齐勇于认错 走出阴霾



No.68 Jan & Feb 2012

品牌会说话

在趋向品牌化发展的商业市场，各大企业皆往打造品牌的路上行走。而究竟在品牌发展上，他们采取了那一些策略呢？本期封面品牌带你一探商家们在走向品牌化发展路上遇到的点点滴滴。

- Fella Design品牌靠口碑
- 京都将传统时尚化 秀出活力
- 品牌新秀 Mircoz 展现DIY美容魔法
- 中华航空立足国际舞台 展现企业魅力
- RT Pastry House打造健康天然品牌

PP 13853 | 01 | 2012 (026883)
ISSN 1823-2736
9 771823 273001

www.cjgroup.com.my
WM RM13 / EM RM15 / 国际统一价格USD 7.50



食公子廖城兰简介：
- 大马美食家
- 最高统治者贡献奖章
- 社会卓越服务勋衔
- 法国国际厨王荣誉
- 世界美食大师徽章
- 中国国际饮食养身研究会优秀论文奖
- 国际烹饪评审证书

后现代休闲处Moonlight Cake House 创意蛋糕甜品成年轻人新宠

在柔佛新山，最具格调，也最有江湖地位的Moonlight Cake House，4年开了3间分店，每家装潢都有各自主张。它可说是从咖啡吧越界到茶餐饮，再跨足酒店式客厅提供茶点服务。

Moonlight Cake House那圆形深棕色字母招牌就让顾客钟情于这家餐厅，是为不离不弃的标记象征。这也是3位合伙人所想出的概念，像Moonlight中心那巫婆，连小孩都知道，凭熟悉成为记号，记得越深，价值就越高，使人开始注意起这个品牌，续而发生感情，在市场上突围而出。

营造一站式的休闲处

当初，原只想开1间，没想到1家比1家反应好，觉得这一行的发展潜能大。於是，将目标定在营造一站式的休闲处，并把时光错乱的欧美高雅气质，融入餐点氛围里，成为大马品牌餐厅，再以连锁模式迈向，「只要是热闹地方，就能找到Moonlight」的志愿。

在一个细雨霏霏的傍晚，心血来潮的我，约了该店灵魂人物兼糕点总厨周农翔，在座落在五福城第1间分行，也是总店叙旧。聊天得知，最先开在Ulu Tiram Taman Gaya的店铺，多做熟客生意，在于Johor Jaya的第二家分店装潢最美，顾客群也比较成熟。另一家，即将于明年1月，在Mount Austin开张，以外来客为主要目标。第5间的构思则以客为尊，以「形象」为发展走向。

将传统茶点现代化

作为城中首要潮人集合的大本营，产品走高级路线，价格则适中。并将传统茶点，改用非常后现代的手法去演绎，如将风靡几代的大蛋糕，以新形式呈现，像是柚子、百香果、黄梨、起司及水蜜桃做原料，制成口感极佳的蛋糕，水蜜桃黄梨蛋糕及水果蛋糕、将之变为年轻人的新宠。

另，被用心巧制巧克力糖果，内含草莓酱的脆皮巧克力、缀以巧克力颗粒的巧克力棒及巧克力球，包装成小礼盒，保证令巧克力迷无法抗拒。

稍作留意，逢3、4时会看到人们蹲在蛋糕柜，欣赏那有如一堆珍珠玛瑙的小糕点，也总会忍不住地买来品尝，其中有绿茶加红豆、竹炭加洛神花、蔓越莓加香草、水蜜桃加黄梨、红樱桃加香草、香蕉加巧克力加咖啡等，每天都会推出15种不同的口味。